

VU Research Portal

Lachen om adviseurs: Grappen over ethiek helpen bij zelfreflectie

Bouwmeester, O.; Haffmans, O.

published in

Management en Consulting
2011

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Bouwmeester, O., & Haffmans, O. (2011). Lachen om adviseurs: Grappen over ethiek helpen bij zelfreflectie. *Management en Consulting*, 2011(4), 41-43.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl



Lachen om adviseurs

Grappen over ethiek helpen bij zelfreflectie

Wie wil weten hoe er wordt gedacht over consultancy, moet eens kijken naar de grappen die over dat vak worden gemaakt. Een zoekopdracht op Google op de woorden 'consultant joke' levert ruim elf miljoen resultaten op. Een groot aantal van deze moppen en cartoons is kritisch over de moraal van consultants. Helaas, maar er valt natuurlijk wel iets van te leren.

Door Onno Bouwmeester en Oscar Haffmans

Wat kunnen grappen bijdragen aan een discussie over de moraal van consultants? En wat vinden veel mensen zo grappig aan die moppen? De kern van het antwoord op deze vraag is te vinden in de humorliteratuur waarin wordt gesteld dat moppen en cartoons, in hun algemeenheid, vaak een kern van waarheid bevatten omdat ze ons iets vertellen over onszelf of over de maatschappij. Moppen en grappen zonder die kern worden op den duur niet meer overgedragen en dus eenvoudigweg vergeten.

Humor

Moppen worden verteld om uiteenlopende redenen. We bespreken er drie. Allereerst de 'incongruity theory'. Die stelt dat een situatie grappig is wanneer iets ogenschijnlijk onverenigbaar is, maar op een onverwachte, ongewone en verrassende manier ineens toch verenigbaar blijkt te zijn. Het gewone wordt ongewoon en vice versa. De 'superiority theory' daarentegen veronderstelt dat mensen genoeg scheppen in het ongeluk van anderen. Mensen verkeren in een doorlopende competitie met elkaar en lachen een ander graag uit zodat ze zich de betere kunnen voelen. De lol zit er dus in een ander succesvol voor schut te zetten. De 'relief theory' tot slot stelt dat de verteller grappen

maakt om bepaalde spanningen te ontladen. Door humor te gebruiken in moeilijke situaties of in gesprekken over onderwerpen waar een taboe op rust, kan hij en zijn gehoor er beter mee omgaan. Dit wordt ook wel omschreven als 'coping'. Vooral 'superiority' en coping concurreren als motief voor consultantgrappen. Veel grappen vertonen ook incongruentie, maar alleen dat is vaak niet genoeg voor een grap.

Wie vertellen moppen over consultants die passen binnen de 'superiority theory'? Het lijkt aannemelijk dat dit gebeurt door personen die slechte ervaringen hebben met deze beroepsgroep, of die zich op de een of andere manier door hen benadeeld voelen. Zijn dit dan de klanten? Meestal niet, tenminste, niet de directe klanten die verantwoordelijk zijn voor het inhuren van de consultants; hun oordeel is meestal positief. Het zijn eerder de werknemers binnen klantorganisaties die geestigheden over consultants debiteren, bijvoorbeeld omdat ze voor de zoveelste keer een verandertraject in moeten, een nieuwe strategie moeten volgen of erger nog, worden ontslagen vanwege kostenbesparingen. Ook het feit dat het personeel wordt verplicht om met organisatieadviseurs mee te werken kan aanleiding zijn om kritiek in een mop te verpakken.

Consultants zelf maken ook grap-

pen over hun werk. De 'relief theory' werpt meer licht op dit soort grappen. Adviseurs krijgen in hun werk immers te maken met moeilijke situaties. Denk aan de junior consultant die zich opgelaten voelt als hij zijn eigen uurtarief hoort. Of de consultant die een 'nieuw idee' presenteert aan de klant terwijl hij weet dat het idee minder nieuw is dan de klant denkt. En wat te denken van de consultant die zojuist een project heeft verkocht aan een klant die het eigenlijk niet nodig had? Allemaal gevallen waarin humor helpt om de pijn te verzachten en de spanning te verlichten.

Ethiek

Veel moppen gaan in op de moraliteit van consultants. Deze bekijken we vanuit drie ethische perspectieven: die van deontologische ethiek, consequentialistische ethiek en deugdetiek. De deontologische ethiek probeert universele regels te vinden die beroepsbeoefenaars moeten volgen, willen ze ethisch handelen. Dit type ethiek is bijvoorbeeld zichtbaar in professionele gedragsnormen. De consequentialistische ethiek beoordeelt gedrag niet naar de mate waarin ethische regels worden nageleefd, maar op de consequenties van het gedrag. Waar het volgens de deontologische ethiek nooit geoorloofd is om iemand te doden, kan het volgens de consequentialistische ethiek wel

>

geoorloofd zijn om een moordenaar te doden, indien dit levens redt. In tegenstelling tot de voorgaande theorieën, beoordeelt de deugdethiek niet zozeer de daad of de consequenties van de daad, maar het karakter van de persoon die de daad verricht. Een deugdzzaam mens is het beste in staat om een integere morele afweging te maken. Deontologische ethiek is te vinden in enkele consultant grappen over professionele standaarden, een ethische code of een gedragscode. Een voorbeeld hiervan komt uit *De Top-10 van de zaken die je nooit van een consultant zult horen*: 'Zullen we afspreken dat u ons betaalt op basis van het succes van het project?' Consultants rekenen een tarief per uur op basis van een inspanningsverplichting, en helaas zonder resultaatverplichting. Dat is niet ideaal voor een klant. Het is echter onwaarschijnlijk dat deze mop wordt verteld door de directe klant met het doel de consultant belachelijk te maken: de klant stemt immers contractueel in met deze werkwijze. En de consultant zelf? Die weet dat het mooier zou zijn om wel resultaatafspraken te maken. Dat is echter niet haalbaar. De humor in de gestelde vraag kan dus heel goed worden gezien als coping. Opvallend is het kleine aantal grappen dat ingaat op de inhoud of effectiviteit van gedragscodes: het is nauwelijks een issue.

Kernwapens

Er zijn veel meer moppen die de resultaten van het werk van consultants bekritisieren. Volgens deze moppen krijg je van consultants geen waar voor je geld. Hun adviezen zijn nutteloos, gerecycled en ze leiden onherroepelijk tot ontslagen. Consultants geven bovendien advies over zaken waar ze helemaal geen verstand van hebben. Zo ook in de volgende grap uit *De Top-10 van manieren om te weten dat je een (echte) consultant bent*: Het lezen van een artikel van twee pagina's in *BusinessWeek* is genoeg om jezelf expert te noemen.

Hoewel de effecten van dit gebrek aan kennis zich laten raden, worden ze in andere moppen expliciet gemaakt: *Waarom lijken consultants op kern-*

wapens? Als de ene kant er een heeft, moet de andere kant er ook een hebben. Wanneer ze zijn afgevuurd, kunnen ze niet worden teruggeroepen. Wanneer ze landen, verpesten ze alles voor altijd.

Op dit soort grappen kun je twee humortheorieën toepassen. De ene is dat consultants zelf het leed proberen weg te lachen na een mislukt project. Want ook voor een adviseur is het natuurlijk pijnlijk als een project niet loopt zoals hij het zich had voorgesteld. Intussen is het de klant die uiteindelijk de rekening betaalt. Dus voor die laatste kan een scherts op het juiste moment óók helpen de situatie dragelijker te maken, terwijl hij hierdoor tegelijk kritiek kan uiten op consultants. De andere humortheorie verklaart dat medewerkers in de klantorganisatie juist daardoor negatievere gevoelens krijgen en dus grappen maken vanuit superioriteitsbehoefte. Als insiders lachen zij adviseurs dus uit: consultants weten niet waar ze het over hebben en weten niet wat ze doen.

'Zullen we afspreken dat u ons betaalt op basis van het succes van het project?'

Verreweg het grootste deel van de moppen en cartoons richt zich op de persoonlijke eigenschappen van consultants. Vanuit de 'superiority theory' beschouwd is dit logisch, want wanneer je iemand echt belachelijk wilt maken, speel je het op de man. Veel grappen kunnen echter ook gelezen worden als zelfkritiek, en vallen daarmee onder 'coping humor'. De onderliggende thema's zijn samen te vatten in vier centrale kritieken: consultants zijn oneerlijk, het zijn geldwolven, ze zijn egoïstisch en ze worden gezien als vijand.

Oneerlijk

De algemene claim dat consultants oneerlijk zijn is in de moppen en strips vaak terug te vinden. Een betrouwbare consultant is een contradictio in terminis. Ze worden in grappen vergeleken met Sinterklaas en de paashaas. Consultants doen zich bijvoorbeeld betrokken voor, terwijl ze dat niet zijn, zoals de volgende mop illustreert: *Je hebt twee dingen nodig om consultant te worden: grijs haar en aambeien. Het grijze haar heb je nodig om er wijs uit te zien, de aambeien om betrokken over te komen.*

Daarnaast zijn consultants eufemistisch. Ze gebruiken hun taalvaardigheid om de waarheid te verdraaien en de zaken mooier voor te stellen dan ze zijn. Een grap daarover luidt: *Je bent waarschijnlijk een consultant als... je nooit problemen hebt in je leven, maar alleen aandachtspunten en verbeterkansen.*

Het oneerlijke karakter van consultants uit zich verder in moppen over het strijken met andermans eer en het doen van beloftes die niet kunnen worden nagekomen, zolang dat meer geld oplevert dan eerlijk zijn. Klanten kunnen deze grappen maken als ze weten dat ze zijn bedonderd, consultants kunnen hierom lachen als ze zich schuldig voelen: in beide gevallen gaat het om coping.

Pijnlijke waarheid

Dat consultants geldwolven zijn, is een veelgehoorde boodschap in de moppen. Ze zijn hebberig, rekken projecten zo lang mogelijk, smeren klanten

diensten aan die ze niet nodig hebben en schrijven meer uren dan ze werkelijk maken. *Wat doet een consultant wanneer hij licht aan het einde van de tunnel ziet? Meer tunnel verkopen...*

Een grap met dezelfde strekking: *'Het was zo koud afgelopen winter...' 'Hoe koud?' 'Ik zag een consultant met zijn handen in zijn eigen zakken!'*

De consultant kan heel goed de eerste grap vertellen. Het is coping humor: lachen om een pijnlijke waarheid waar je niet trots op kunt zijn. Bij de tweede grap ligt het meer voor de hand dat de klant de grap vertelt, maar ook dan is het coping humor: de klant blijft de consultant immers onverminderd inhuren.

Egoïstisch

In de categorie egoïsme herkennen we twee centrale thema's. Allereerst is er de consultant die zonder enig bezwaar keer op keer een reorganisatie aanraadt waarbij vele ontslagen vallen. Hij verdient er geld mee maar de werknemers van de klant zijn het slachtoffer. Een *bon mot* uit *De Top-10 van wat je nooit van een consultant hoort: Het probleem is dat er te veel werk is voor te weinig mensen*.

Ook de partners in consultancy-bureaus moeten het ontgelden. Ze knijpen de consultants uit, laten hen het werk doen maar strijken zelf het meeste geld op: *'Hé heb je al gehoord over die ene partner...? Die was zo egoïstisch dat het zelfs de andere partners opviel...'*

Bij de eerste grap is het coping door werknemers die voortdurend reorganisaties ondergaan. De tweede is een grap van consultants over hun bazen, met een sterke nadruk op coping.

Vijand

Tot slot zijn er de moppen die niet zozeer gericht zijn op een specifieke eigenschap, maar die de consultant neerzetten als een verachtelijk persoon. Als iemand waar iedereen

Je hebt twee dingen nodig om consultant te worden: grijs haar en aambeien

op neer kijkt en waar je niets mee te maken wilt hebben: geen vriend maar een vijand. De humor in deze grappen is hard. Consultants zijn een algemeen kwaad waar mensen tegen in opstand zouden moeten komen: *'Heb je al gehoord dat het postkantoor hun nieuwste postzegels uit de handel hebben gehaald? Er stonden plaatjes van consultants op, dus de mensen wisten niet meer op welke kant ze moesten spugen...'*

Hier is sprake van superiority humor, gebaseerd op het verachten van consultants. Het zijn grappen bedacht vanuit het perspectief van slachtoffers, die consultants wel moeten haten. Maar ook adviseurs kunnen zich in hun slachtoffers inleven, en daarom dit soort grappen verzinnen. De grappen blijven vooral interessant voor hen. Voor veel anderen hebben de grappen weinig relevantie.

Uitlachen

Al ligt het voor de hand om bij de interpretatie van consultantgrappen uit te gaan van een superioriteitsmotief, toch vinden wij deze benadering voor de meeste grappen te oppervlakkig. Een interpretatie die meer de nadruk legt op het 'lachen om' de consultant en zijn werk biedt veel meer perspectief dan het 'uitlachen'. Deze 'relief theorie' verklaart beter waarom consultants zelf ook kunnen lachen om de grappen, en er ook benieuwd naar zijn.

De 'relief theory' legt de nadruk op coping humor. Het is een manier om beter om te gaan met pijnlijke situaties. Vanuit deze invalshoek is het lachen om morele pijnpunten een eerste stap naar moreel bewustzijn. Wij zien daarom ook mogelijkheden deze grappen in te brengen in workshops over de morele verantwoordelijkheid van consultants, bijvoorbeeld als illustratie van morele dilemma's. Tegelijkertijd helpen grappen dit zware thema lichtvoetig te benaderen. Een tweede conclusie van ons onderzoek is dat de grappen nadrukkelijk de pijlen richten op het karakter van consultants, op hun integriteit. Het ontwikkelen van betere gedragscodes, strengere regels en beter toezicht is volgens de grappenmakers nauwelijks een issue. Daarnaast wijst een gedragscode weliswaar in de richting van wat wel en niet kan, maar laat deze nog veel ruimte voor interpretatie bij de toepassing. Daarom blijft het in ethisch opzicht van belang hoe individuele consultants in hun werk staan: wat is hun morele alertheid? De grote hoeveelheid grappen juist over de aard en integriteit van consultants illustreert deze alertheid, en versterkt die ook. Dat geeft hoop. Het verspreiden, maken van en lachen om ethische grappen zou daarom wel eens grote impact kunnen hebben op integer adviseren •

Oscar Haffmans (1983) is bedrijfskundige en werkzaam als consultant bij Deloitte Risk Services. Onno Bouwmeester is universitair hoofddocent en coördinator van de Masterspecialisatie Management Consulting aan de VU.

Reageren: redactie@managementenconsulting.nl